



Trabzon'da Yaşayan Tüketicilerin Geleneksel Gıdalara Yönelik Tutum ve Algıları

Burhan BAŞARAN^{1*}

¹ Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi, Ardeşen Meslek Yüksekokulu, Rize
*e-mail: burhan.basaran@erdogan.edu.tr

Alındığı tarih (Received): 09.11.2015

Kabul tarihi (Accepted): 12.02.2016

Online Baskı tarihi (Printed Online): 06.04.2016

Yazılı baskı tarihi (Printed): 16.05.2016

Öz: Yaşam standartlarının yükselmesi ve artan bilinçle birlikte tüketiciler daha sağlıklı ve lezzetli olduğunu düşündükleri gıdalara yönelmişler buna bağlı olarak geleneksel gıdaların önemi artmıştır. Bu çalışmanın amacı; Trabzon ilinde yaşayan tüketicilerin geleneksel gıdalara yönelik algı ve tutumlarını belirlemek ve yöredeki geleneksel gıdalara dikkati çekmektir. Araştırma, Haziran-Eylül 2015 tarihleri arasında Trabzon il merkezinde yaşayan 15 yaş üstü 390 tüketiciyle gerçekleştirilmiştir. Ayrıca konuya ilişkin literatürde yer alan diğer çalışmalardan yararlanılmıştır. Verilerin değerlendirilmesi için SPSS 20.0 paket programı kullanılmıştır. Araştırmaya katılan tüketicilerin cinsiyet oranları Erkek:% 47,7, Kadın:% 52,3, medeni durum oranları ise Evli:% 52,1, Bekar:% 47,9'dur. Tüketiciler özellikle tarih, kültür, miras, yöresel, özgün, doğal ve sağlık gibi anlamlara gelen ifadelere güçlü bir şekilde katıldıklarını ifade etmişlerdir. Tüketiciler, geleneksel gıdaların önemini yeterince anlaşılamadığını ve tanıtılmadığını düşünmektedir. Tüketiciler geleneksel gıdaları, tarihin ve kültürün ayrılmaz bir parçası olarak kabul etmektedirler. Elde edilen sonuçlar literatür bilgilerine benzemektedir. Geleneksel gıdaların yeni nesillere aktarılması, daha güvenli gıdaların üretimi ve ticari bir kazanca dönüşebilmesi için geleneksel gıdalar gün yüzüne çıkarılmalı ve koruma altına alınmalıdır.

Anahtar Kelimeler: Tüketici, Trabzon, geleneksel gıda, algı, kırsal turizm.

The Attitudes and Perceptions of The Consumers in Trabzon Towards Traditional Foods

Abstract: Thanks to high living standards and an increased awareness, consumers tend to buy healthier and tastier foods, which has increased the importance of traditional foods. This study aims to determine the attitudes and perceptions of the consumers in Trabzon regarding traditional foods and draw attention to the traditional foods of the region. The study was conducted with 390 consumers living in Trabzon whose ages were over 15 between June and September in 2015. The previous studies in literature were also utilized. SPSS 20.0 packet software was employed to evaluate the obtained data. Of the participants, 47.7% were male, and 52.3% female while 52.1% were married, and 47.9% single. The consumers stated that they strongly agreed with the expressions referring to concepts such as history, culture, heritage, localness, authenticity, naturalness, and health. The consumers think that traditional foods are underestimated and are not promoted thoroughly. The consumers consider traditional foods as indispensable parts of history and culture. The obtained results are consistent with the literature. Traditional foods should be revealed and protected in order to hand traditional foods down to the next generations, produce safer foods, and turn such foods into commercial income.

Keywords: Consumer, Trabzon, traditional food, perception, rural tourism.

1. Giriş

Anadolu, uzun yıllar savaşların, istilaların ve göç hareketlerinin merkezi olmuş, bu coğrafyada kimi zaman Dünya'yı sarsacak derecede önemli hadiseler gerçekleşmiştir. Özellikle Osmanlı İmparatorluğu'nun genişlemesi ile Anadolu, pek çok farklı kimlik ve kültüre ev sahipliği yapmıştır.

Tüm bu faktörler bu Anadolu coğrafyasında zengin bir yiyecek içecek kültürünün oluşmasına imkan sağlamıştır (Kavas 2000; Anonim 2015a).

Doğu (2009), mutfak kültürlerinin oluşması ve yeryüzündeki dağılımlarında coğrafi faktörlerin ana belirleyici etmen olduğunu, Karadeniz Bölgesi'nin iç ve kıyı kesiminde görülen

geleneksel gıda farklılıklarının büyük oranda bu coğrafi zıtlıklarla ilişkili olduğunu ileri sürmüştür. Karadeniz Bölgesi'nde deniz ürünleri özellikle de hamsi ve hamsiden yapılan yemeklerin ayrı bir önemi vardır. Yayılcılık faaliyetlerinin halen aktif olarak sürdürdüğü Karadeniz Bölgesi'nde başta tereyağı, peynir olmak üzere pek çok süt ürünü üretilmektedir. Kıyı kesimlerinde yine mısır, lahana, fasulye gibi sebzeler ekilmekte ve yemeklerde sıklıkla tüketilmektedir. İç kesimlerde ise pestil, köme gibi diğer karakteristik gıdalar üretilmekte ve sıkça tüketilmektedir (Anonim 2015b).

Geçmiş Antik Çağ'lara kadar uzanan Trabzon, uzun yıllar Roma, Bizans ve Osmanlı İmparatorluğu'nun önemli şehirlerinden birisi olmuştur. Günümüzde Samsun'dan sonra Karadeniz'in ikinci büyük kenti olan Trabzon; Doğu Karadeniz Bölümü kıyı kesiminde yer alan denizle bütünleşmiş bir şehir olup, 2012 yılında Büyükşehir statüsüne kavuşmuştur. Sonbahar ve kış mevsimi yağışlı, yaz mevsimi ise ılıktır. Trabzon halkı, adet, yaşam tarzı, gelenek ve görenek bakımından kendine ve yöreye özgü özellikler taşımaktadır. Trabzon'da tarım arazilerinin darlığı, iklim özellikleri ve coğrafi özellikler yöre mutfağını şekillendirmiştir (Anonim 2015b).

Son yıllarda Dünya'da yaşam standartlarının yükselmesi ve artan bilinçle birlikte tüketiciler daha sağlıklı ve lezzetli olduğunu düşündükleri doğal ve otantik ürünlere yönelmişlerdir (Kuşat 2012). Bu yöneliş gıda sektörüne yön vermiş ve işletmeleri geçmişe yolculuğa çıkarmıştır. Yine bu dönemde özellikle AB üyesi ülkeler kırsal bölgelerin kalkınması, üretimin sürdürülebilirliği ve kente göçün azalması için geleneksel ürünleri bir fırsat olarak öngörmüş ve kalkınma politikalarına dahil etmişlerdir (Demirer ve Mencet 2009). Mevcut durumda geleneksel ürünler arasından en çok rağbet gören ve çalışma yapılan grup ise geleneksel gıdalardır (Gülbuçuk 2014).

Geleneksel gıdalarla ilgili ilk kapsamlı mevzuat çalışmalarına AB 2002 yılında 2081/92 ve 2082/92 sayılı yönetmeliklerle başlamıştır. AB, gıda maddelerinin üretim çeşitliliğinin korunması,

ürün adlarının doğru kullanılmasının sağlanması ve geleneksel gıdaları taklitlere karşı korunması için sistemler oluşturmuştur. Türkiye'de geleneksel gıdalarla ilgili mevzuatı Türk Patent Enstitüsü ve Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı hazırlamakta ve uygulamaktadır. (Gürsoy ve ark. 2008). Geleneksel gıda kavramı tüketiciye göre değişim gösterdiğinden tüm kesimler için kabul edilmiş ortak bir tanım yoktur (Demirbaş ve ark. 2006; Vanhonacker et al. 2010). Türk Gıda Kodeksi geleneksel ürünü; geleneksel hammaddeler kullanılarak üretilen veya geleneksel bir bileşim ya da geleneksel bir üretim biçimi ile tanımlanan veya doğrudan geleneksel bir üretim biçimine dayanmamakla birlikte, böyle bir üretim tarzını yansıtan işlemlerden geçirilmiş olması nedeniyle aynı kategorideki benzer ürünlerden açıkça ayrılabilen ürün olarak tanımlamıştır (TGGK 2011). Türk Patent Enstitüsü tarafından coğrafi işaret olarak tescil edilen geleneksel gıda sayısı 124 olup, 159 geleneksel gıdanın coğrafi işaret tescili için başvurular yapılmıştır (TPE 2015).

Geleneksel gıdalar; günümüz yaşam tarzının ayrılmaz bir parçası olduğundan gelecekte öneminin daha da artacağı düşünülmektedir. Bu nedenle tüketicilerin geleneksel gıdalara yönelik algı, tutum ve davranışlarının incelenmesi hem bugün hem de geleceği planlayabilmek için oldukça önemlidir. Bu çalışmanın amacı; Trabzon ilinde yaşayan tüketicilerin geleneksel gıdalara yönelik tutumlarını belirlemek ve yöredeki geleneksel gıdalara dikkati çekmektir.

2. Metodoloji

Araştırma, Haziran-Eylül 2015 tarihleri arasında Trabzon'da gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın ana materyalini, gönüllü olarak araştırmaya katılan 15 yaş üstü 390 tüketiciyle yüz yüze yapılan anketlerden elde edilen veriler oluşturmaktadır. Ayrıca konuya ilişkin literatürde yer alan diğer çalışmalardan yararlanılmıştır. Araştırmanın örnekleme hacmi, ana kitle oranlarına dayalı kümelendirilmemiş tek aşamalı basit tesadüfi olasılık örnekleme yöntemiyle belirlenmiştir (Collins 1986).

$$n = \frac{t^2 \times [1+(0,02).(b-1)] \times (p \times q)}{e^2}$$

n: Örnek hacmi.

t: % 95 önem derecesine karşılık gelen t tablo değeri.

b: Örneklem aşaması (Bu çalışmada tek aşamalı olduğu için 1 alınmıştır).

p: İncelenen olayın ana kitle içinde gerçekleşme olasılığı % 50 olarak alınmıştır.

q: İncelenen olayın gerçekleşmeme olasılığı (1-p).

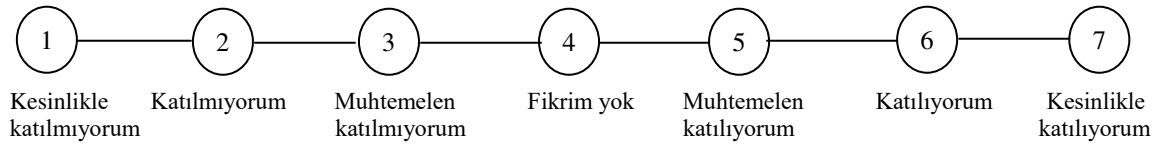
e: Kabul edilen hata payı (Bu çalışmada hata payı %5 olarak alınmıştır).

Bu formüle göre örnekleme hacmi;

$$n = \frac{t^2 \times (p \times q)}{e^2} \rightarrow n = \frac{1,96^2 \times (0,5 \times 0,5)}{0,05^2} \rightarrow n = 384$$

Bu çalışmada, Dertli ve arkadaşlarının (2012), Vanhonacker et al. (2008) çalışmasından uyarladıkları anket kullanılmıştır. Anketin birinci bölümünde katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik sorular sorulmuştur. İkinci bölümde ise tüketicilerin Şekil 1’de gösterilen 7’li likert ölçeğine göre hazırlanmış anket sorularına katılım düzeylerini belirlemeleri istenmiştir.

Elde edilen verilerin değerlendirilmesi için SPSS 20.0 paket programı kullanılmış, oransal dağılım ve frekans tabloları oluşturulmuştur.



Şekil 1. 7’li likert ölçeği

Figure 1. 7-point likert scale

3. Bulgular ve Tartışma

3.1. Tüketicilerin demografik özellikleri

Araştırmaya katılan tüketicilerin cinsiyet oranları Erkek:%47.7, Kadın: %52.3’tür. Tüketicilerin yaşadıkları ailelerin büyük çoğunluğu (%84.6) 3-4 ile 5-6 birey sayısından oluşmaktadır. Tüketicilerin 2/3’ünün gelir seviyesi 1500 liranın altındadır. Geliri olmayan veya geliri <500 liradan az olan tüketicilerin oranı %41.7’dir. Bu oranın yüksek olmasının temel nedeni ise tüketici meslek grupları içerisinde öğrenci (%25.6) ve ev hanımı (%15.1) oranlarının yüksek olmasıdır. Tüketicilerin Trabzon ilindeki ikamet yılları incelendiğinde gruplar benzer oranlarda dağılım göstermektedir. Yaş gruplarında ise tüketicilerin büyük çoğunluğu (%85.2) 21-60 yaş aralığındadır. Tüketicilerin eğitim grupları içerisinde lise mezunu olanlar toplam grubun yaklaşık olarak yarısını (%48.7) oluşturmaktadır. Lise, önlisans ve üniversite

mezunu olan kişi oranı %83.4’tür. Geleneksel gıdalarla ilgili algı ve tutumların değerlendirilmesinde tüketicilerin gerçekte nereli oldukları da önemli bir parametre olduğundan katılımcıların memleket profilleri de çıkarılmıştır. Araştırma Trabzon ilinde gerçekleştirildiğinden dolayı tüketicilerin büyük çoğunluğu (% 81.2) Trabzonludur (Tablo 1).

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) 2014 verilerine göre; Trabzon ili nüfusu 766.782, nüfusun %49.4’ü erkek, %50.6’sı ise kadındır. Nüfusun <20 yaş altı oranı %10.4, 41-60 yaş arası oranı %32.3’tür. 21-30 yaş aralığı ile 61 üstü tüketici oranları ise % 19.6’dır. Nüfusun %48.4 bekar, % 51.6’sı evlidir (TÜİK 2014). Trabzon ilinin eğitim düzey oranları ilköğretim %34.8, lise % 44,7, üniversite %18.6, yüksek lisans ve doktora ise %1.9’dur. Araştırmamıza katılan tüketicilerin demografik özellikleri TÜİK verileriyle benzerlik göstermektedir.

Tablo 1. Tüketicilerin demografik özellikleri
Table 1. The demographic attributes of the customers

Cinsiyet	Frekans	%	Yaş Grupları	Frekans	%
Erkek (E)	186	47.7	<20	45	11.5
Kadın (K)	204	52.3	21-30	127	32.6
Medeni Durum	Frekans	%	31-40	95	24.4
Evli	203	52.1	41-60	110	28.2
Bekar	187	47.9	61<	13	3.3
Aile Birey Sayısı	Frekans	%	Eğitim Grupları	Frekans	%
1-2	35	9.0	İlköğretim	57	14.6
3-4	187	47.9	Lise	190	48.7
5-6	143	36.7	Önlisans	62	15.9
7+	25	6.4	Üniversite	73	18.8
Gelir Grupları	Frekans	%	Yüksek Lisans (YL)/Doktora (D)	8	2.0
<500 ve Geliri yok (GY)	163	41.7	Memleketi	Frekans	%
501-1000	40	10.3	Adıyaman	2	0.5
1001-1500	99	25.4	Afyonkarahisar	2	0.5
1501-2000	48	12.3	Ankara	2	0.5
2001-3000	33	8.5	Artvin	7	1.8
3001<	7	1.8	Bayburt	6	1.5
Meslek Grupları	Frekans	%	Edirne	2	0.5
İşsiz	2	0.5	Erzincan	1	0.3
Serbest	60	15.5	Erzurum	1	0.3
Memur	41	10.5	Giresun	3	0.8
İşçi	98	25.1	Gümüşhane	12	3.1
Emekli	30	7.7	İstanbul	1	0.3
Öğrenci	100	25.6	Kütahya	2	0.5
Ev hanımı	59	15.1	Manisa	2	0.5
İkamet Yılı	Frekans	%	Ordu	8	2.1
<10	72	18.4	Rize	10	2.6
11-20	60	15.5	Samsun	6	1.5
21-30	98	25.1	Siirt	2	0.5
31-40	72	18.4	Trabzon	317	81.2
41<	88	22.6	Yozgat	4	1.0

3.2. Tüketicilerin geleneksel gıdalarla ilgili yargılara katılma düzeyleri

Tüketicilere ilk olarak geleneksel gıda tüketip tüketmedikleri sorulmuştur. Tüketicilerin tamamı geleneksel gıdaları farklı sıklıklarda tükettiklerini ifade etmiştir. Tüketicilere geleneksel gıdalarla ilgili 11 yargı içeren ifade yöneltilmiş ve katılım düzeylerini belirlemeleri istenmiştir. Tüketicilerin değişkenler üzerinden bu ifadelere katılım düzeylerini gösteren ortalama puanlar Tablo 2’de gösterilmiştir.

Tüketicilerin “*Geleneksel gıda terimini duyduğumda atalarımızdan yadigar gıda ürünleri aklıma gelir*” (İfade-1) ifadesine katılma düzeyleri Tablo 3’te gösterilmiştir. Buna göre tüketicilerin güçlü bir şekilde bu yargıya katıldıkları anlaşılmaktadır (%92.3). İfade-1’e

verilen cevapları tüketici değişkenleri özelinde incelediğimizde ise en düşük ortalama puanı (6.02) 21-30 yaş aralığına sahibi olan kişiler, en yüksek ortalama puanı (6.66) ise yüksek lisans/doktora eğitim düzeyine sahip kişilerin verdiği anlaşılmaktadır.

Yüksek lisans/doktora grubunda olan kişilerin diğer gruplara göre farklılık gösterdiği savunulabilir. Ayrıca aile birey sayısı arttıkça geleneksel gıdaların nesilden nesile aktarıldığı algısı güçlenmektedir. Buna karşın İfade-1’de diğer değişkenler açısından belirgin bir farklılık tespit edilememiştir. Bazı araştırmacılar, tüketicilerin geleneksel gıdaları büyük oranda önceki nesillerden kalan ürünler olarak tanımladıklarını ve tüketicilerin geleneksel lezzetlerin genç nesillere aktarılmasını

istedikleri yönünde bulgulara ulaşmışlardır (Trichopoulou et al. 2007; Koçak 2014; Seçer ve ark. 2014).

Tüketicilerin “*Geleneksel gıdalar deyince genel olarak toplumun en fazla tükettiği gıda maddeleri aklıma gelir*” (İfade-2) ifadesine katılma düzeyleri Tablo 4’te gösterilmiştir.

Tablo 2. Tüketicilerin ifadelere katılma düzeyleri (Ortalama puan).

Table 2. The agreement levels of the consumers with the statements (Average score)

Gruplar	İfadeler	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
	Değişkenler	Or.	Or.	Or.	Or.	Or.	Or.	Or.	Or.	Or.	Or.	Or.
Cinsiyet	Erkek	6.32	4.06	5.27	6.31	5.73	6.05	5.71	4.04	4.26	5.66	5.61
	Kadın	6.20	3.92	5.20	6.33	5.79	6.15	5.79	4.08	4.16	6.25	5.35
Medeni Durum	Evli	6.24	3.93	5.19	6.35	5.91	6.02	5.72	4.02	4.26	5.68	5,34
	Bekar	6.28	4.05	5.28	6.29	5.60	6.20	5.78	4.11	4.15	6.27	5,62
Aile Birey Sayısı	1-2	6.07	4.09	5.37	6.34	5.91	6.29	5.57	4.86	4.06	5.97	5,66
	3-4	6.30	4.08	5.12	6.37	5.77	6.12	5.61	3.97	4.09	6.12	5,48
	5-6	6.33	3.85	5.28	6.27	5.76	6.06	5.97	3.98	4.38	5.81	5,49
	7+	6.34	3.96	5.56	6.16	5.52	5.96	5.84	4.16	4.32	5.64	5,08
Gelir Grupları	<500- GY	6.27	4.01	5.23	6.40	5.69	6.18	5.72	3.91	4.07	6.28	5,39
	501-1000	6.05	3.55	5.33	6.38	5.95	6.05	5.78	4.23	4.10	5.88	5,63
	1001-1500	6.32	4.15	5.22	6.25	5.65	6.06	5.85	4.30	4.28	5.60	5,58
	1501-2000	6.14	4.02	5.13	6.23	5.94	5.90	5.48	4.15	4.31	5.88	5,52
	2001-3000	6.44	3.88	5.30	6.18	5.85	6.18	6.0	3.82	4.82	5.79	5,24
	3001<	6.34	3.99	5.14	6.43	6.29	6.29	5.57	3.86	3.29	5.86	5,86
Meslek Grupları	İşsiz	6.2	4.0	6.0	7.0	6.0	7.0	4.0	4.0	4.50	7.0	6,0
	Serbest	6.12	3.82	5.35	6.28	5.77	6.07	5.83	4.33	4.33	5.75	5,57
	Memur	6.35	4.02	5.32	6.22	5.93	6.10	5.68	4.17	4.29	5.98	5,32
	İşçi	6.27	4.09	5.10	6.28	5.74	6.04	5.72	4.11	4.28	5.73	5,72
	Emekli	6.29	3.83	5.30	6.27	5.97	6.0	5.97	4.10	4.30	5.43	5,53
	Öğrenci	6.31	4.05	5.25	6.36	5.61	6.21	5.66	4.03	4.01	6.65	5,13
	Ev hanımı	6.28	3.93	5.17	6.44	5.81	6.10	5.86	3.68	4.19	5.63	5,14
Yaş Grupları	<20	6.16	3.96	5.09	6.42	5.71	5.87	5.84	4.51	4.38	6.07	5,52
	21-30	6.02	4.13	5.31	6.28	5.70	6.31	5.75	3.88	3.97	6.38	5,57
	31-40	6.35	3.91	5.18	6.28	5.68	6.12	5.79	4.14	4.36	5.81	5,53
	41-60	6.39	3.94	5.35	6.39	5.91	6.09	5.88	4.01	4.53	5.56	5,50
	61<	6.38	3.77	5.23	6.38	5.85	5.92	5.23	4.85	4.0	5.92	5,46
Eğitim Grupları	İlköğretim	6.11	3.81	5.44	6.44	6.0	5.98	5.84	4.12	4.37	5.77	5,39
	Lise	6.21	4.02	5.13	6.31	5.75	6.06	5.75	3.95	4.31	5.66	5,52
	Önlisans	6.04	4.10	5.23	6.27	5.40	6.23	5.84	4.35	3.84	5.97	5,61
	Üniversite	6.28	3.93	5.26	6.25	5.88	6.19	5.59	4.05	4.25	6.86	5,38
	YL/Dokt.	6.66	4.33	4.67	7.0	6.17	6.17	6.17	3.17	2.83	6.33	5,17
İkamet Yılı	1-10	6.16	3.92	5.25	6.35	5.76	6.21	5.75	4.11	4.35	6.86	5,58
	11-20	6.20	3.83	5.03	6.28	5.70	6.0	5.68	4.52	3.95	5.93	5,58
	21-30	6.27	4.28	5.38	6.30	5.72	6.26	5.80	3.91	4.04	5.93	5,56
	31-40	6.26	3.93	5.14	6.32	5.65	6.18	5.69	3.68	4.29	5.67	5,26
	41<	6.41	3.88	5.26	6.35	5.93	5.86	5.80	4.20	4.39	5.53	5,39
	Genel Or.	6.26	3.99	5.23	6.32	5.76	6.11	5.75	4.06	4.21	5.96	5.47

Or. Ortalama

Tablo 3. Tüketicilerin “Geleneksel gıda terimini duyduğumda atalarımızdan yadigar gıda ürünleri aklıma gelir” ifadesine katılma düzeyleri.

Table 3. *The agreement levels of the consumers with the statement, “Whenever I hear the term of traditional food, it reminds me of the products which we have inherited from our ancestors”.*

Kesinlikle katılmıyorum		Katılmıyorum		Muhtemelen katılmıyorum		Fikrim yok		Muhtemelen katılıyorum		Katılıyorum		Kesinlikle katılıyorum	
n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
2	0.5	16	4.1	9	2.3	3	0.8	67	17.2	47	12.0	246	63.1

Tablo 4. Tüketicilerin “Geleneksel gıdalar deyince genel olarak toplumun en fazla tükettiği gıda maddeleri aklıma gelir” ifadesine katılma düzeyleri.

Table 4. *The agreement levels of the consumers with the statement, “Whenever I hear the term of traditional food, it reminds me of the products which are consumed by the society the most”.*

Kesinlikle katılmıyorum		Katılmıyorum		Muhtemelen katılmıyorum		Fikrim yok		Muhtemelen katılıyorum		Katılıyorum		Kesinlikle katılıyorum	
n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
17	4.4	148	37.9	18	4.6	12	3.1	51	13.1	123	31.5	21	5.4

Tüketicilerin bu ifadeye katılma (%50.0) ile katılmama (%46.9) düzeyleri birbirine oldukça yakındır. Tablo 2 incelendiğinde ise bu yargıya ortalama katılım puanı 3.99 olup likert ölçeğinde “Fikrim yok” ifadesine karşılık gelmektedir. Şu halde söz konusu yargıyla ilgili tüketici belirli bir yargıya sahip değildir. İfade-2’ye verilen cevapları tüketici değişkenleri özelinde incelediğimizde ise en düşük ortalama puanı (3.55) 501-1000 lira gelir düzeyine sahip olan kişiler, en yüksek ortalama puanı (4.33) ise yüksek lisans/doktora eğitim düzeyine sahip kişiler vermişlerdir. İfade-2’de diğer değişkenler açısından farklılık olmadığı söylenilebilir. SETBİR (2011), Türkiye’nin 4 farklı bölgesinde (Konya ve çevresi, Trakya, Van ve çevresi, Bursa

ve çevresi) geleneksel gıdalarla ilgili tüketici alışkanlıkları ve eğilimlerini inceledikleri araştırma da tüketicilerin geleneksel gıdaları tüketme sıklıklarının Nadiren-%20, Normal-%60, Sıklıkla-%20 oranlarında tespit etmişlerdir.

Tüketicilerin “Geleneksel gıdaların tüketimi ve pazarda bulunuşu mevsimlere göre değişkenlik gösterir” (İfade-3) ifadesine katılma düzeyleri Tablo 5’te gösterilmiştir. Tüketiciler bu ifadeye büyük oranda (%79.2) katılmaktadırlar. Tablo 2 incelendiğinde ise bu yargıya ortalama katılım puanı 5.23 olup likert ölçeğinde “Muhtemelen katılıyorum” ifadesine karşılık gelmektedir. Aynı tabloda herhangi bir işte çalışmayan ve meslek sahibi olmayan kişilerin (işsiz) bu yargıya katılım düzeyleri ortaya çıkan ortalama sonuçtan farklıdır.

Tablo 5. Tüketicilerin “Geleneksel gıdaların tüketimi ve pazarda bulunuşu mevsimlere göre değişkenlik gösterir” ifadesine katılma düzeyleri

Table 5. *The agreement levels of the consumers with the statement, “Consuming traditional foods and finding them in bazaars change depending on the seasons”.*

Kesinlikle katılmıyorum		Katılmıyorum		Muhtemelen katılmıyorum		Fikrim yok		Muhtemelen katılıyorum		Katılıyorum		Kesinlikle katılıyorum	
n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
0	0	24	6.2	34	8.7	23	5.9	87	22.3	191	49.0	31	7.9

İfade-3’te diğer değişkenler açısından bir farklılık olduğu söylenemez. SETBİR (2011), yaptığı araştırma da benzer ifadeye katılım oranını %80 olarak tespit etmiştir.

Tüketicilerin “Geleneksel gıdalarda en önemli husus, yörede yetişen hammaddelerin kullanılması, üretimin kendine özgü (bilinen teknik) yöntemlerle yaşanan coğrafya da

gerçekleştirilmesidir” (İfade-4) ifadesine katılma düzeyleri Tablo 6’da gösterilmiştir.

Tablo 6. Tüketicilerin “Geleneksel gıdalarda en önemli husus, yörede yetişen hammaddelerin kullanılması, üretimin kendine özgü (bilinen teknik) yöntemlerle yaşanan coğrafya da gerçekleştirilmesidir” ifadesine katılma düzeyleri.

Table 6. *The agreement levels of the consumers with the statement, “The most important thing about traditional foods is using ingredients which are cultivated in the region and preparing them through genuine methods (common techniques) in the geographical area one lives in”.*

Kesinlikle katılmıyorum		Katılmıyorum		Muhtemelen katılmıyorum		Fikrim yok		Muhtemelen katılıyorum		Katılıyorum		Kesinlikle katılıyorum	
n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
0	0	0	0	0	0	0	0	34	8.7	197	50.5	159	40.8

Tüketicilerden hiçbiri bu ifadeye “Fikrim yok” dahil olmak üzere “Katılmıyorum” ifadesine karşılık gelen bir cevap vermemiştir. Tüketiciler bu ifadeye %100 katılmaktadırlar. Şu halde tüketiciler açısından geleneksel gıdalarda yöresel hammaddelerin kullanılması ve üretimin yaşanan coğrafyada yapılması oldukça önemlidir. Yine değişkenler açısından incelendiğinde ise meslek gruplarından işsiz, eğitim düzeyi gruplarından ise yüksek lisans/doktora sahip olan kişilerin bu ifadeye katılımları 7.0 (Kesinlikle katılıyorum) düzeyinde olması bu sorunun ortalama katılım puanı olan 6.32’den (Katılıyorum) farklı olması bakımından anlamlıdır. Diğer değişkenler açısından bir farklılık tespit edilememiştir. Guerrero et al. (2009), 6 Avrupa ülkesini kapsayan araştırmalarında geleneksel gıdaların geleneksel tariflerle ve geleneksel üretimle işlenen hammaddelerden üretilmesi gerektiğini vurgulamışlardır. SETBİR (2011), yaptığı araştırma da tüketicilerin geleneksel gıdanın tarifinin anonim olduğu ifadesine büyük oranda katıldıklarını bildirmiştir. Bazı araştırmalarda geleneksel gıdaların üretildiği yerel bölge ile ilişkili olduğunu ifade edilmiştir (Guerrero et al. 2009; SETBİR 2011; Seçer ve ark. 2014).

Tüketicilerin “Geleneksel gıdanın kesinlikle babaannemin/anneannemin tarifiyle üretilmesi gerekir” (İfade-5) ifadesine katılma düzeyleri Tablo 7’de gösterilmiştir. Tablo 7’de tüketicilerin güçlü bir şekilde bu yargıya katıldıkları anlaşılmaktadır (%94.4). İfade-5’e verilen cevapların ortalama katılım puanı (5.76) likert ölçeğinde “Katılıyorum” ifadesine karşılık gelmektedir. Tablo 2 incelendiğinde tüm değişkenlerin ortalama katılım puanına yakın olduğu bu bağlamda değişkenler arasında belirgin farklılığın olmadığı söylenilebilir. Anketimizin 1 ve 5 numaralı ifadeleri geleneksel gıdalarla geçmiş, atalarımızı birlikte değerlendirmesi bakımından benzer içeriktedir. Tüketicilerin her iki ifadeye de yüksek oranlarda katılmaktadırlar. İstanbul ve Kocaeli (Özkaya ve Sağdıç 2014), Van (Ocak ve ark. 2014) illerinde yapılan araştırmalarda tüketicilerin geleneksel gıdaların endüstriyel yöntemlerle üretilmeyeceği, geleneksel gıdaların üretiminde meydana gelecek değişikliklerin ve endüstrileşmenin gelenekselliği bozacağı yönünde bir algıya sahip oldukları tespit edilmiştir.

Tüketicilerin “Bana göre bir gıdaya geleneksel diyebilmemiz için kesinlikle doğal olması, üretimi esnasında herhangi bir katkı maddesinin kullanılmaması gerekir” (İfade-6) ifadesine katılma düzeyleri Tablo8’de gösterilmiştir.

Tablo 7. Tüketicilerin “Geleneksel gıdanın kesinlikle babaannemin/anneannemin tarifiyle üretilmesi gerekir” ifadesine katılma düzeyleri.

Table 7. *The agreement levels of the consumers with the statement, “Traditional foods must be produced according to my grandmother’s recipe”.*

Kesinlikle katılmıyorum		Katılmıyorum		Muhtemelen katılmıyorum		Fikrim yok		Muhtemelen katılıyorum		Katılıyorum		Kesinlikle katılıyorum	
n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
0	0	20	5.1	0	0	2	0.5	97	24.9	183	46.9	88	22.6

Tablo 8. Tüketicilerin “Bana göre bir gıdaya geleneksel diyebilmemiz için kesinlikle doğal olması, üretimi esnasında herhangi bir katkı maddesinin kullanılmaması gerekir” ifadesine katılma düzeyleri

Table 8. The agreement levels of the consumers with the statement, “For me to call a product traditional, it has to be natural and include no additives during the manufacturing process”.

Kesinlikle katılmıyorum		Katılmıyorum		Muhtemelen katılmıyorum		Fikrim yok		Muhtemelen katılıyorum		Katılıyorum		Kesinlikle katılıyorum	
n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
0	0	6	1.5	0	0	1	0.2	74	19.0	168	43.1	141	36.2

Tüketicilerden hiçbiri bu ifadeye kesinlikle katılmıyorum cevabını vermemiştir. Katılmıyorum diyen ve bu ifadeyle ilgili fikir beyan edenlerin oranları da (%1.7) oldukça düşüktür. Tüketiciler doğal ve katkı maddesi içermeyen ifadelerini geleneksel gıdaların ayrılmaz bir parçası olarak görmekte ve bu yargıya yüksek düzeyde (%98.7) katılmaktadırlar. Tablo 2 incelendiğinde herhangi bir işte çalışmayan ve meslek sahibi olmayan (işsiz) kişilerin bu ifadeye katılımları 7.0 (Kesinlikle katılıyorum) düzeyinde olması bu sorunun

ortalama katılma puanı olan 6.11’den (Katılıyorum) belirgin şekilde farklıdır. Diğer değişkenler arasında anlamlı bir farklılığa rastlanılmamıştır. Yapılan pek çok araştırma da tüketicilerin geleneksel gıdaları büyük oranda sağlıklı, doğal ve katkı maddesi içermeyen ürün olarak algıladıkları yönünde bulgulara ulaşılmıştır (Çoksöyler 2011; Cingöz ve Cingöz 2014; Seçer ve ark. 2014).

Tüketicilerin “Geleneksel gıdaların nesillerden nesillere aktarılan bir hikayesi olmalıdır” (İfade-7) ifadesine katılma düzeyleri Tablo 9’da gösterilmiştir.

Tablo 9. Tüketicilerin “Geleneksel gıdaların nesillerden nesillere aktarılan bir hikayesi olmalıdır” ifadesine katılma düzeyleri.

Table 9. The agreement levels of the consumers with the statement, “Traditional foods have to have a unique story that is handed down from generation to generation”.

Kesinlikle katılmıyorum		Katılmıyorum		Muhtemelen katılmıyorum		Fikrim yok		Muhtemelen katılıyorum		Katılıyorum		Kesinlikle katılıyorum	
n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
0	0	23	5.9	2	0.5	10	2.6	77	19.7	180	46.2	98	25.1

Tüketiciler, geleneksel gıdaları geçmişle ilişkilendiren diğer ifadelerde olduğu gibi bu ifadeye de yüksek oranda (%91) katılmaktadırlar. İfade-8’e katılma düzeylerinin genel ortalama puanı likert ölçeğinde “Katılıyorum” ifadesine yakın bir değer olarak hesaplanmıştır. Grup değişkenleri arasında anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir. Guerrero ve ark. (2009); 6 Avrupa

ülkesinde yaptıkları araştırma da geleneksel gıdaların geçmişten bugüne gelmesinde yaşanan bazı olayların etkili olduğunu ifade etmişlerdir.

Tüketicilerin “Geleneksel gıda çoğunlukla belli günlerde (bayram, düğün vs.) ve belli şartlarda (aile yemekleri vs.) tüketilen gıda maddesidir” (İfade-8) ifadesine katılma düzeyleri Tablo 10’de gösterilmiştir.

Tablo 10. Tüketicilerin “Geleneksel gıda çoğunlukla belli günlerde (bayram, düğün vs.) ve belli şartlarda (aile yemekleri vs.) tüketilen gıda maddesidir” ifadesine katılma düzeyleri.

Table 10. The agreement levels of the consumers with the statement, “Traditional foods are the ones which are generally consumed on certain occasions (e.g. bairam, wedding) and under certain conditions (e.g. family dinners).”

Kesinlikle katılmıyorum		Katılmıyorum		Muhtemelen katılmıyorum		Fikrim yok		Muhtemelen katılıyorum		Katılıyorum		Kesinlikle katılıyorum	
n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
12	3.1	136	34.9	29	7.4	19	4.9	44	11.3	132	33.8	18	4.6

Tüketicilerin bu ifadeye katılma düzeyleri %49.7, katılmama düzeyleri ise %45.4 olup birbirine oldukça yakın oranlardadır. Tablo 2 incelendiğinde ise bu yargıya ortalama katılma puanı 4.06 olup likert ölçeğinde “Fikrim yok” ifadesine karşılık gelmektedir. Şu halde söz konusu yargıyla ilgili tüketiciler belirli bir yargıya sahip değildir. Grup değişkenleri ortalama katılma puanları genel ortalama puanı civarında olup değişkenler arasında anlamlı bir farklılık tespit

edilememiştir. SETBİR (2011), yaptığı araştırma da tüketicilerin geleneksel gıdaların özel günlerde tüketilir ifadesine %82 gibi yüksek bir oranla hayır cevabı verdiğini bildirmiştir.

Tüketicilerin “*Geleneksel gıdaların tüketiminin mevzuatlara tabi tutulmasını yararlı ve gerekli buluyorum (AB’deki kokoreç, etli çiğköftenin yasaklanması vs.)*” (İfade-9) ifadesine katılma düzeyleri Tablo 11’de gösterilmiştir.

Tablo 11. Tüketicilerin “Geleneksel gıdaların tüketiminin mevzuatlara tabi tutulmasını yararlı ve gerekli buluyorum (AB’deki kokoreç, etli çiğköftenin yasaklanması vs.)” ifadesine katılım düzeyleri.

Table 11. *The agreement levels of the consumers with the statement, “I think it is beneficial and necessary to subject traditional foods to regulations (e.g. banning of kokoreç [grilled sheep intestines] and çiğ köfte in EU).*

Kesinlikle katılmıyorum		Katılmıyorum		Muhtemelen katılmıyorum		Fikrim yok		Muhtemelen katılıyorum		Katılıyorum		Kesinlikle katılıyorum	
n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
12	3.1	105	26.9	55	14.1	18	4.6	36	9.2	146	37.4	18	4.6

Tüketiciler, geleneksel gıdaların tüketimine yönelik yapılacak mevzuat vb. uygulamalara katılma (%51.2) ve katılmama (%44.1) düzeyleri benzer oranlardadır. İfade-9 genel ortalama puanı (4.21) likert ölçeğinde “Fikrim yok” ifadesine karşılık gelmektedir. Tablo 2 incelendiğinde geliri 3001 liradan yüksek (3.29-Muhtemelen katılmıyorum) ve yüksek lisans/doktora eğitim düzeyine sahip kişilerin (2.83-Muhtemelen katılmıyorum) bu ifadeye ortalama katılma puanları genel ortalama puanından belirgin şekilde farklıdır. Grupların diğer değişkenleri arasında anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir. Literatürde bu konuyla ilgili farklı görüşler söz konusudur. Demir (2014); ürünün geleneksel karakteristiğini güçlendiren etiket vb. özellikler ile geleneksel karakteristiğe uygun olmayan ancak değişimiyle birlikte tüketici sağlığı üzerinde olumlu etki yaratacak yeniliklerin (tuz oranının azaltılması vb.) geleneksel gıda tüketen tüketiciler üzerinde pozitif bir etki yarattığını belirtmiştir. Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi’nde yapılan bir

çalışmada tüketicilerin, geleneksel gıdalarda alışlagelmiş tat ve lezzetlerden uzaklaşmadan fakat daha sağlıklı ve hijyenik koşullarda ve ambalajlı olarak geleneksel gıdaları temin etmek istedikleri yönünde bulgulara ulaşılmıştır (Ocak ve ark. 2014). Bérard ve Marchenay (2006); küresel ekonominin ürünlere standart getirmesinin geleneksel ürünleri olumsuz etkileyebileceğini ifade etmişlerdir. Albayrak ve Güneş (2010), coğrafi işaretlerin ve diğer çalışmaların geleneksel gıdaları koruma altına alacağını ve ülke çapında tanınmasına imkan sağlayacağını ifade etmişlerdir. SETBİR (2011), yaptığı araştırma da geleneksel gıdaların yetkili kurumlar tarafından belirli kurallar çerçevesinde denetlenmiş olmasının, tüketicilerin o geleneksel gıdayı satın alma tercihine olumlu yansıdığını bildirmiştir.

Tüketicilerin “*Geleneksel gıdalarımızın kırsal/yöresel turizm açısından önemi henüz yeteri kadar anlaşılmamıştır*” (İfade-10) ifadesine katılma düzeyleri Tablo 12’de gösterilmiştir.

Tablo 12. Tüketicilerin “Geleneksel gıdalarımızın kırsal/yöresel turizm açısından önemi henüz yeteri kadar anlaşılammıştır” ifadesine katılma düzeyleri

Table 12. The agreement levels of the consumers with the statement, “The importance of traditional foods for rural/local tourism has not thoroughly been recognized yet”.

Kesinlikle katılmıyorum		Katılmıyorum		Muhtemelen katılmıyorum		Fikrim yok		Muhtemelen katılıyorum		Katılıyorum		Kesinlikle katılıyorum	
n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
3	0.8	13	3.3	11	2.8	20	5.1	51	13.1	185	47.4	107	27.5

Tüketiciler günümüzde kırsal turizmin kalkınmasında bir araç olarak kullanılan geleneksel gıdaların öneminin yeterince anlaşılmadığı ifadesine yüksek oranda (%88.0) katılmaktadırlar. Tablo 2 incelendiğinde geleneksel gıdaların bölgesel/yöresel açıdan öneminin yeterince anlaşılmadığı yargısına ortalama katılma puanı 5.96 olup likert ölçeğinde “Katılıyorum” ifadesine karşılık gelmektedir. Ancak meslek grupları arasından öğrenci (6.65), işsiz (7.0), eğitim düzeyleri bakımından üniversite grubu (6.86) ve Trabzon ilinde 1-10 yıl arasında

ikamet eden kişilerin (6.86) ortalama katılma puanları genel puanlardan belirgin şekilde farklıdır. Diğer değişkenler arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir. Pek çok araştırmacı geleneksel gıdaların kırsal turizmin gelişmesine pozitif etkiler yaratacağı ifade etmiştir (Kuşat 2012; Teodorou 2015; Başaran 2015a).

Tüketicilerin “Her geçen gün yemek kültürünün değişmesi geleneksel gıdaların unutulmaya yüz tutmasına neden olacaktır” (İfade-11) ifadesine katılma düzeyleri Tablo 13’de gösterilmiştir.

Tablo 13. Tüketicilerin “Her geçen gün yemek kültürünün değişmesi geleneksel gıdaların unutulmaya yüz tutmasına neden olacaktır” ifadesine katılma düzeyleri.

Table 13. The agreement levels of the consumers with the statement, “Continuously changing food culture will cause traditional foods to be forgotten”.

Kesinlikle katılmıyorum		Katılmıyorum		Muhtemelen katılmıyorum		Fikrim yok		Muhtemelen katılıyorum		Katılıyorum		Kesinlikle katılıyorum	
n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
1	0.3	12	3.1	22	5.6	21	5.4	86	22.1	206	52.8	42	10.8

Tüketiciler, zamana bağlı olarak yemek kültüründe yaşanan değişimlerin geçmişten günümüze kadar gelen geleneksel gıdaların unutulmaya başlanacağı ifadesine güçlü bir şekilde (%85.7) katılmaktadır. İfade-11’e katılma ortalama puanı 5.47 olup grup değişkenleri ortalama puanları da benzer şekilde olduğundan değişkenler arasında bir anlamlı bir farklılığa rastlanılmamıştır. Trichopoulou ve ark. (2007); geleneksel gıdaların yeni nesillere aktarılması gerektiği üzerinde durmuşlardır.

4. Sonuç

Geleneksel gıdalar; bir ülkenin, binlerce yıllık kültürel mirasının bir sonucudur. Özellikle pek çok medeniyete ev sahipliği yapmış olan Anadolu

geleneksel gıdalar yönünden oldukça zengin bir kültüre sahiptir. Son yıllarda sağlık ve gıda güvenliği gibi konularda artan hassasiyet tüketicileri geleneksel gıdalara yönlendirmiştir. Tüketicilerin geleneksel gıdalara yönelik algılarının tespit edildiği bu araştırmada ulaşılan sonuçlar şunlardır:

1. Elde edilen sonuçlar literatür bilgilerine büyük oranda benzemektedir.
2. Tüketiciler geleneksel gıdaları, tarihin ve kültürün ayrılmaz bir parçası olarak kabul etmektedirler.
3. Tüketiciler geleneksel gıdaları, korunması gereken bir emanet olarak görmekte ve bu emaneti yeni nesillere bozmadan aktarmak istemektedirler.

4. Tüketiciler geleneksel gıdaların üretiminde yöresel hammaddelerin kullanılmasını ve bilinen yöntemlerin uygulanmasını oldukça önemsemektedirler.

5. Tüketiciler, geleneksel gıdanın ait olduğu yörede ve bilinen tekstürel özelliklerde üretilmesini istemektedirler.

6. Tüketiciler, bireysel ve toplumsal hayatta geleneksel gıdaların en çok tüketilen gıdalar olduğuyla ilgili kesin bir yargıya sahip değildir. Günümüz toplu beslenme sistemlerinde sunulan gıda çeşitliliğinin artmasının bu yargıya ilişkin tüketici davranışlarını etkilediği düşünülmektedir.

7. Tüketiciler geleneksel gıdaları, daha güvenli ve sağlıklı bulmaktadırlar. Tüketicilerin geleneksel gıdalarla ilgili yöntem ve kullanılan hammaddeler hakkında bilgi sahibi olmaları ve günümüz konvansiyonel ürünlerle ilgili yazılı ve görsel medya da çıkan olumsuz haberlerden dolayı tüketiciler, geleneksel gıdaları daha güvenli gıdalar olarak algılamaktadırlar.

8. Tüketiciler geleneksel gıdaların sadece özel günlerde tüketildiği yönünde kabul edilmiş bir yargıya sahip değildir.

9. Tüketiciler yöreselliği ve geçmiş kaybetme korkusu nedeniyle geleneksel gıdaların belirli kurallar çerçevesinde üretilmesini ve standartların oluşturulması fikrine yeterince sıcak bakmamaktadır.

10. Tüketiciler geleneksel gıdaların yaşadıkları bölge de ve Dünya’da yeterince tanıtıldığını düşünmemektedir.

Kırsal bölgelerin ana geçim kaynağı olan tarım ve hayvancılık faaliyetleri pek çok faktörden olumsuz etkilenmektedir. Artan nüfus, yoğun kentleşme ve yaşamın getirdiği diğer zorluklar kırsal bölgelerde yaşayan insanları şehirlere göç etmeye mecbur bırakmaktadır. Bu sebeplerden ötürü Türkiye’nin büyüme odaklı politikalarında kırsal bölgelerin kalkınması öncelikli konulardan biri haline gelmiştir. Geleneksel gıdaların özellikle kırsal bölgelerin kalkınmasında önemli bir araç olduğu bugün tüm kesimler tarafından kabul edilmektedir. Bu nedenle daha güvenli gıdaların üretimi ve alternatif kazançların geliştirilerek kırsal bölgelerin kalkındırılabilmesi

için geleneksel gıdalar önemli bir fırsattır. Kırsal bölgeleri kaldırmaya yönelik hazırlanan projeler kapsamında KOBİ’lere, yeni girişimcilere özellikle de yöre halkına ve kadınlara pozitif ayrımcılık yapılmalıdır.

Geleneksel gıdaların korunması ve kültürün doğru bir şekilde yeni nesillere aktarılabilmesi için geleneksel gıdalar yaşamımızın ayrılmaz bir parçası olmalıdır. Bu amaçla ulusal ve uluslararası düzeyde gerçekleştirilecek kongrelerin, yeni yapılacak araştırmaların, oluşturulacak olan standart ve mevzuatın önemi oldukça büyüktür.

Meslek kuruluşları, ticaret odaları, üniversiteler ve ilgili tüm paydaşlar bir araya gelerek geleneksel gıdaların gün yüzüne çıkarılması, özgünlüğünü kaybetmemesi, yeni nesillere doğru bir şekilde aktarılması ve ticari kazançla dönüştürülmesi için ortak projeler oluşturmalıdır. Geleneksel gıdaların kültürel boyutu ve ticari kazançla ilgili olarak toplumda farkındalık oluşturulmalıdır.

Geleneksel gıdaların yeni nesillere aktarılmasındaki anahtar role sahip kişiler kadınlardır. İş bu nedenle kadınları geleneksel gıdalarla ilgili yapılacak planlamalara dahil edilmelidir. Bu amaçla bu kadınları örgütlü bir biçimde bir araya getirebilecek politikalar üzerinde çalışılmalıdır. Bu örgüt eğitim, sağlık, üretim yöntemleri, girişimcilik ve pazarlama gibi konularda eğitilmeli ve bu geleneksel gıdaları pazara sunabilecek fırsatlar oluşturulmalıdır. Ayrıca coğrafi işaretlemeye uygun olan geleneksel gıdalar için girişimlerde bulunması hem şehre hem de yöre halkına katkı sağlayacaktır.

Bilgi: Bu araştırmanın bir bölümü The 3rd International Symposium on “Traditional Foods and Adriatic to Caucasus” poster bildiri olarak sunulmuştur (Başaran, 2015b).

Kaynaklar

Albayrak M ve Güneş E (2010). Traditional foods: Interaction between local and global foods in Turkey. *African Journal of Business Management*, 4(4), 555-561.

Anonim (2015a). https://tr.wikipedia.org/wiki/T%C3%BCrk_mutfa%C4%9F%C4%B1. Erişim: 25.10.2015

Anonim (2015b). <https://tr.wikipedia.org/wiki/Trabzon>. Erişim: 01.11.2015.

- Başaran B (2015a). Considering the traditional food in terms of local tourism and their contribution to economy. The 3rd International Symposium on "Traditional Foods from Adriatic to Causaus". 01-04 October 2015, s.540, Saraybosna, Bosna Hersek.
- Başaran B (2015b). The traditional food perceptions of consumer living in Trabzon province. The 3rd International Symposium on "Traditional Foods from Adriatic to Causaus". 01-04 October 2015, s.546, Saraybosna, Bosna Hersek.
- Bérard L and Marchenay P (2006). Local products and geographical indications: taking account of local knowledge and biodiversity. *International Social Science Journal*, 58(187):109-116.
- Cingöz A ve Cingöz Ş (2014). Tokat il merkezinde ailelerin geleneksel ekmeklere bakışı. 4.Geleneksel Gıdalar Sempozyumu, 17-19.Nisan.2014, s.494, Adana.
- Collins M (1986). Sampling (Editör: R. Worcester and et al. 1986), Consumer Market Research Handbook.
- Çoksöyler N (2011). Geleneksel gıda denince ne anlaşılıyor? Halkta geleneksel gıda algısı nedir?. s.4-6. <http://gidalab.tarim.gov.tr/izmir/Belgeler/Analiz%2035/dergi10.pdf>. Erişim: 01.11.2015.
- Demir G (2014). Geleneksel gıdalardaki yenilikler: Geleneksel gıda karakteristiği ve tüketici kabul edilebilirliği üzerine etkisi. 4.Geleneksel Gıdalar Sempozyumu, 17-19.Nisan.2014, s.138, Adana.
- Demirbaş N, Oktay D ve Tosun D (2006). AB sürecindeki Türkiye’de gıda güvenliği açısından geleneksel gıdaların üretim ve pazarlanması. *Harran Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 10(3/4):47-55.
- Demirer RH ve Mencet N (2009). 2. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu, 27-29 Mayıs 2009, s.236-240, Van.
- Dertli E, Demirci T ve Akın N (2012). Geleneksel gıdalar ve tüketici algısı. 3. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu, 10-12 Mayıs 2012, s.372-374, Konya.
- Doğu FA (2009). Gıdaların coğrafyası. 2. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu, 27-29 Mayıs 2009, s.1-4, Van.
- Guerrero L, Guàrdia MD, Xicola J, Verbeke W, Vanhonacker F, Zakowska BS, Sajdakowska M, Rosse SC, Issanchou S, Contel M, Scalvedi LM, Granli SB and Hersleth M (2009). Consumer-driven definition of traditional food products and innovation in traditional foods. A qualitative cross-cultural study. *Appetite*, 52(2):345-354.
- Gülbuçuk B (2014). Geleneksel gıdalar kırsal kalkınmada bir kalkınma aracı olabilir mi??. 4.Geleneksel Gıdalar Sempozyumu, 17-19 Nisan 2014, s.58, Adana.
- Gürsoy O, Kesenkaş H ve Kınık Ö (2008). Avrupa Birliğine giriş sürecince geleneksel gıdalarımızın bilimsel, sosyolojik ve ekonomik açıdan değerlendirilmesi. *Türkiye 10. Gıda Kongresi*, 21-23 Mayıs 2008, s. 1145-1146, Erzurum.
- Kavas G (2000). Etnik gıda kavramı ile yöresel gıda kavramlarının irdelenmesi. *Gıda Dergisi*, 6(3):69-71.
- Koçak H (2014). Giresun il merkezindeki geleneksel gıda tüketim alışkanlıkları ve tüketici eğilimlerinin belirlenmesi. 4. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu, 17-19 Nisan 2014, s.110, Adana.
- Kuşat N (2012). Bölgesel kalkınmada geleneksel gıda ürünlerinin rolü ve geleneksel gıdalarda inovasyon belirleyicileri üzerine bir çalışma: Afyon örneği. *Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F. Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 19(2):261-275.
- Teodorou F (2015). Traditional food. case study: Romanian local food. *Review of International Comparative Management*, 16(2):256-268.
- TGK (Türk Gıda Kodeksi) (2011). Türk Gıda Kodeksi Yönetmeliği. Resmi Gazete Sayı:28157 (3. Mükerrer). Yayın Tarihi: 29 Aralık 2011.
- Ocak E, Habiboğlu FA ve Akkol S (2014). Geleneksel gıdalara toplumun bakış açısı. 4.Geleneksel Gıdalar Sempozyumu, 17-19 Nisan 2014, s.563-568, Adana.
- Özkaya T ve Sağdıç O (2014). İstanbul ve Kocaeli illerinde geleneksel gıdalar kavramı hakkında toplum algısının ölçülmesi. 4.Geleneksel Gıdalar Sempozyumu, 17-19 Nisan 2014, s.295. Adana.
- Seçer A, Davran KM, Tok N ve Emeksiz F (2014). Geleneksel gıda ürünlerinde tüketicilerin bilgi düzeyleri ve algıları: Adana ili örneği. 4.Geleneksel Gıdalar Sempozyumu, 17-19 Nisan.2014, s.398, Adana.
- SETBİR (Türkiye Süt, Et, Gıda Sanayicileri ve Üreticileri Birliği) (2011). Geleneksel gıda ürünlerinde gıda güvenliği açısından tüketici algısının belirlenmesi ve geleneksel gıda ürünü üreten KOBİ'lere pazar payı artırımı yollarının belirlenmesi (GEGÜP) projesi. <http://www.setbir.org.tr/ana/proje.asp>. Erişim: 03 Kasım 2015.
- Taşdan K, Özer OO, Albayrak M, Albayrak K ve Güldal TH (2014). Geleneksel gıdalarda tüketici algı ve tercihleri: Ankara ili örneği. 4.Geleneksel Gıdalar Sempozyumu, 17-19 Nisan 2014, s.910-914, Adana.
- TPE (Türk Patent Enstitüsü) (2015). <http://www.tpe.gov.tr/TurkPatentEnstitusu/geographicRegisteredList/>. <http://www.tpe.gov.tr/TurkPatentEnstitusu/geographicallList/>. Erişim: 02 Kasım 2015.
- Trichopoulou A, Soukara S and Vasilopoulou E (2007). Traditional foods: a science and society perspective. *Trends in Food Science & Technology*, 18(8):420-427.
- TÜİK (Türkiye İstatistik Kurumu) (2013). <http://www.tuik.gov.tr/ilGostergeleri/iller/TRABZON.pdf>. Erişim:29.10.2015.
- TÜİK (Türkiye İstatistik Kurumu) (2014). <http://www.tuik.gov.tr/PreTabloArama.do>. Erişim: 28 Ekim 2015.
- Vanhonacker F, Verbeke W, Lengard V, Guerrero L and Hersleth M (2008). Consumer-based definition and general image of traditional foods in Europe, In: Perspectives of traditional food supply chains on the European market, Proceedings of 12th Congress of the European Association of Agricultural Economists 'People, Food and Environments: Global Trends and European Strategies', 26-29 August 2008, s.296, Ghent, Belgium.
- Vanhonacker F Lengard V, Hersleth M and Verbeke W (2010). Profiling European traditional food consumers. *British Food Journal*, 112(8):871-886.